

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DALAM  
MELAKUKAN REBRANDING PADA HOTEL MAJAPAHIT  
SURABAYA**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**



Disusun Oleh:

KARINA WIDHIA NUGRAHINI

NRP. 1423018119

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2021**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DALAM  
MELAKUKAN REBRANDING PADA HOTEL MAJAPAHIT  
SURABAYA**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

**KARINA WIDHIA NUGRAHINI**

**NRP. 1423018119**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2021**

## **SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS**

Dengan ini, saya

Nama : Karina Widhia Nugrahini

NRP : 1423018119

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan kerja praktik berjudul:

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DALAM MELAKUKAN  
REBRANDING PADA HOTEL MAJAPAHIT SURABAYA**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 15 November 2021

Penulis



Karina Widhia Nugrahini

NRP. 1423018119

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DALAM**  
**MELAKUKAN REBRANDING PADA HOTEL MAJAPAHIT**  
**SURABAYA**

OLEH:

KARINA WIDHIA NUGRAHINI

NRP. 1423018119

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Drs. Nanang Krisdinanto, Drs. Msi.

TANGGAL: 1 OKTOBER 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS).

Nama : Karina Widhia Nugrahini

NRP : 1423018119

Menyetujui laporan kerja praktik saya

Judul : **AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DALAM  
MELAKUKAN REBRANDING PADA HOTEL MAJAPAHIT  
SURABAYA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi laporan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 November 2021

Yang menyatakan,



Karina Widhia Nugrahini

## HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

**KARINA WIDHIA NUGRAHINI NRP: 1423018119**

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 22 OKTOBER 2021 DAN DINYATAKAN  
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si.

NIDN. 142090647

MENGETAHUI

DEKAN,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

## KATA PERSEMBAHAN

Penulis bersyukur dan berterimakasih pada Tuhan Yesus Kristus karena berkat penyertaanNya, serta rencanaNya melalui keluarga penulis, teman-teman, para dosen dan pengurus fakultas, hingga pihak perusahaan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses Kerja Praktik dari awal pengajuan hingga penulisan laporan. Dari semua yang penulis kerjakan, bukan sepenuhnya kemampuan peneliti, namun berkat Tuhan dan orang-orang sekitar yang mendukung kelancaran proses Kerja Praktik ini. Laporan ini saya persembahkan untuk mereka yang tercinta.

*“Aku bersyukur kepada-Mu oleh karena kejadianku dahsyat dan ajaib; ajaib apa yang Kaubuat, dan jiwaku benar-benar menyadarinya.”*

– Mazmur 139:14 –

Surabaya, 5 Oktober 2021

Karina Widhia Nugrahini

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena laporan dengan judul **Aktivitas *Marketing Communication* dalam Melakukan *Rebranding* pada Hotel Majapahit Surabaya** ini dapat selesai dengan tepat waktu. Walaupun berbagai kendala sempat dirasakan karena pelaksanaan Kerja Praktik dilakukan di tengah masa pandemi, namun berkat semua dukungan dan solusi yang diberikan, proses ini dapat berjalan yang baik. Karena itu, penulis berterima kasih kepada:

1. Papa, Mama, dan Kakak-Kakak yang sudah membantu memberikan segala doa, masukan, motivasi, dan tempat untuk bercerita sehingga penulis dapat terus bersemangat dalam menyelesaikan kegiatan Kerja Praktik.
2. Bapak Dr.Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. selaku pembimbing yang dengan telaten mengarahkan penulis dalam segala keterbatasan penulis, sehingga laporan ini dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Rony Sinaga dan Ibu Rizqi Aryuningtyas selaku *Talent & Culture Department* Hotel Majapahit Surabaya – MGallery yang membantu dalam proses pengajuan proposal hingga kelengkapan berkas Kerja Praktik.
4. Ibu Tenny Gustiva selaku *Director of Sales and Marketing* Hotel Majapahit Surabaya – MGallery yang memberikan banyak bimbingan, masukan, serta *sharing* di tengah kesibukannya sehingga penulis mendapat pengalaman dan memperbaiki kinerja untuk kedepannya.



5. Teman seruangan Fenny Meiriza, Sari Intan, Fajar Waskita, dan Quena Fatin sebagai tim kerja yang baik sehingga suasana dalam kantor dapat menyenangkan, namun tetap profesional.
6. Seluruh keluarga besar Hotel Majapahit Surabaya – MGallery atas sambutan hangatnya sehingga penulis merasa diterima menjadi bagian dari mereka.
7. Seluruh teman seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi, dosen, dan tata usaha yang mendukung dalam keberhasilan penulisan laporan ini.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1. Latar Belakang .....	1
I.2. Bidang Kerja Praktik.....	7
I.3. Tujuan Kerja Praktik.....	8
I.4. Manfaat Kerja Praktik.....	8
I.5. Tinjauan Pustaka.....	8
I.5.1 Komunikasi Pemasaran .....	8
I.5.2 Media Komunikasi Pemasaran .....	12
I.5.3 Aktivitas Marketing Communication .....	16
I.5.4 Rebranding .....	19
<b>BAB II HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....</b>	<b>23</b>
II.1. Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik .....	23
II.1.1. Sejarah Singkat Organisasi.....	24
II.1.2. Visi dan Misi Organisasi .....	25
II.1.3. Struktur Organisasi.....	26
II.1.4. Logo Organisasi .....	30
II.2. Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik .....	30
II.3. Hasil atau Temuan .....	35

II.3.1. Mengubah Identitas Hotel Majapahit Surabaya.....	35
II.3.2. Menentukan Materi dan Konten Promosi Hotel Majapahit Surabaya...	37
II.3.3. Mendesain Print Media sebagai Media Komunikasi Pemasaran .....	42
II.3.4. Mendesain Ambient Media sebagai Media Komunikasi Pemasaran....	43
II.3.5. Memanfaatkan Digital Media sebagai Media Komunikasi Pemasaran	46
II.3.6. Mengelola Social Media sebagai Media Komunikasi Pemasaran .....	49
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
III.1. Upaya Pengenalan Hotel Majapahit Surabaya – MGallery .....	52
III.2. Penekanan Stories That Stay dalam Aktivitas Marketing Communication .	56
III.3. Penggunaan Media Hotel Majapahit Surabaya – MGallery dalam Aktivitas Marketing Communication .....	60
III.3.1. Kemampuan Brosur dalam Memuat Pesan yang Rinci .....	60
III.3.2. Poster menjadi Media Populer dalam Pengalaman Konsumen .....	62
III.3.3. Kecanggihan QR Code dan Multimedia di Era Digital .....	64
III.3.4. Fasilitas Diskusi dan Luasnya Jangkauan dalam Social Media.....	67
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
IV.1. Kesimpulan .....	70
IV.2. Saran .....	71
IV.2.1. Saran Akademis .....	71
IV.2.2. Saran Praktis .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel I.1 Perubahan Sebelum dan Setelah Rebranding .....	3
Tabel II.1 Agenda Kegiatan Kerja .....	31

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Guest Jorney .....	4
Gambar I.2 Panduan Promosi MGallery .....	5
Gambar II.1 Struktur Organisasi Hotel Majapahit Surabaya – MGallery .....	26
Gambar II.2 Logo Hotel Majapahit Surabaya – MGallery .....	30
Gambar II.3 Kompilasi Upaya Komunikasi Pemasaran Hotel Majapahit Surabaya – MGallery .....	41
Gambar II.4 Brosur International Table Manner Course .....	43
Gambar II.5 Kompilasi Media Ambient .....	45
Gambar II.6 Contoh QR Code .....	48
Gambar II.7 Media Sosial Hotel Majapahit Surabaya – MGallery.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penerimaan Kerja Praktik.....	68
Lampiran 2. Surat Pernyataan .....	70
Lampiran 3. Absensi Mahasiswa .....	72
Lampiran 4. Penilaian Kerja Praktik .....	77
Lampiran 5. Contoh Penulisan Script .....	78

## ABSTRAK

Laporan ini berisi tentang aktivitas *Marketing Communication* dalam Melakukan *Rebranding* pada Hotel Majapahit Surabaya. Keputusan *rebranding* dilakukan untuk memperkenalkan ulang identitasnya yang menjadi bagian dari *MGallery Hotel Collection*. Bagian *Marketing Communication (Marcom)* memiliki peran penting dalam upaya pembuatan strategi komunikasi pemasaran baik internal maupun eksternal dengan standarisasi *MGallery*, sehingga identitas baru dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Pemilihan beberapa media mengacu pada konsep *Integrated Marketing Communication* supaya pesan dalam media berbeda, tetap memuat pesan yang sama. Masing-masing media disesuaikan dengan karakteristik target yang dituju, yang didapat melalui riset dan analisis, sehingga penyampaian pesan dapat berlangsung efektif. Laporan ini memuat aktivitas *Marcom* dalam upaya komunikasi pemasaran Hotel Majapahit Surabaya – *MGallery* meliputi analisis target pasar, menentukan materi dan konten promosi, mendesain beberapa media internal maupun eksternal yang digunakan dalam penyebarluasannya, hingga evaluasi seluruh aktivitas.

Kata kunci: *Marketing Communication*, Aktivitas *Marcom*, *Rebranding*, Media

## ABSTRACT

*This paper contain Marketing Communication activity in term of rebranding at Hotel Majapahit Surabaya. Rebranding was implemented with purpose to re-introduce hotel's identity as a part of MGallery Hotel Collection. Marketing Commucation team have a significant role in case of forming marketing communication strategy, both in internal and external scope according to MGallery standards. Therefore the new identity can be known well in public. The media's pick refers to Integrated Marketing Communication concept to create similar meaning even through variety medias. Each media considered with its market style that got by research and analysis, to reach effective communication. The activity of Marketing Communication at Hotel Majapahit – MGallery include, but not limited to: market analysis, create marketing and promotion material / content, designing internal and external media, reporting marketing communication activity.*

*Keywords: Marketing Communication, Marcom Activity, Rebranding, Media*